

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji dan umroh merupakan salah satu ibadah yang wajib dilakukan oleh setiap muslim yang mampu. Kewajiban ini merupakan rukun islam kelima. Kewajiban untuk berhaji, minimal sekali seumur hidup dibandingkan dengan umroh bisa berangkat kapan saja jika mampu. Dibebankan hanya kepada orang muslim yang mampu, dalam arti luas yaitu mampu secara jasmani maupun rohani.¹

Hal ini tentunya mengakibatkan bisnis dalam biro perjalanan haji dan umroh banyaknya travel-travel yang melaksanakan pemberangkatan haji dan umroh, sehingga membuat jamaah harus lebih selektif untuk memilih biro perjalanan haji dan umroh yang terpercaya. Oleh karena itu, perusahaan bersaing secara ketat untuk mendapatkan kepercayaan serta loyalitas jamaah. Banyaknya kasus penipuan yang terjadi pada industri biro perjalanan haji dan umroh

¹ Dzul Kifli, *Manajemen Pelayanan Haji dan Umroh PT Patuna Tour dan Travel*, Skripsi (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayutullah, 2010), h.11.

belakangan ini membuat turunnya tingkat kepercayaan jamaah kepada biro-biro penyediaan layanan perjalanan haji dan umroh.

Banyak di era zaman sekarang kasus penipuan yang beredar baik melalui sistem online ataupun offline dalam mempromosikan jasa produk perjalanan ibadah haji dan umroh. Seperti yang terjadi pada kasus yang dilakukan oleh pemilik First Travel pada tahun 2018 yang telah melakukan terkait kasus penipuan jamaah umroh, dan penggelapan uang. Kasus penipuan perjalanan ibadah umroh yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana yang telah dimaksud dalam pasal 45 Ayat 1 tentang “ dikenai sanksi yang berupa: A. Peringatan, B.Pembukaan izin penyelenggaraan atau C. Pencabutan izin penyelenggaraan”.

Biro perjalanan ibadah haji dan umroh merupakan lembaga atau instansi yang mengadakan atau menyediakan layanan perjalanan bagi jamaah yang ingin melaksanakan ibadah umroh. Penyelenggaraan ibadah umroh bertujuan memberikan pembinaan, pelayanan, dan perlindungan kepada jamaah agar ibadah umroh yang kita kerjakan menjadi sempurna. Dalam dunia bisnis biro perjalanan, proses

pemasaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan. Pemasaran atau marketing mix adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli. Proses pemasaran ini sangat penting, karena merupakan salah satu faktor penentu seberapa besar keuntungan perusahaan tersebut melakukan bisnisnya.²

Setiap perusahaan pastinya mempunyai tujuan masing-masing untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Usaha yang umumnya dilakukan perusahaan dalam meningkatkan laba yaitu dengan mencari dan membina pelanggan, serta mencari konsumen dalam usahanya. Usaha-usaha tersebut tidak lepas dari peranan bagi pemasaran perusahaan dalam melakukan strategi yang mantap untuk mendapatkan menggunakan kesempatan atau peluang yang ada didalam perusahaan, sehingga posisi perusahaan dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan.³

² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 2

³ Indriyo Gitosudramo, *Pengantar Bisnis Edisi 9*.(Yogyakarta: BPFE,2008),66.

Dalam menjalankan perusahaannya PT. Arminareka Perdana menghadapi berbagai macam masalah dalam melakukan pemasaran, sehingga pemasalahan tersebut yaitu banyaknya pesaing-pesaing dalam biro jasa yang sama menjadi sebuah permasalahan penting yang dihadapi oleh perusahaan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat. Maka perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam biro perjalanan haji dan umroh, serta menjalankan daya saing yang diperlukan pemasaran yang baik sehingga dapat menarik minat konsumen. Strategi yang dilakukan PT. Arminareka Perdana tentunya dengan melakukan sebuah program yang melibatkan masyarakat luas serta bekerja sama dengan berbagai macam pihak, dan melakukan pemasaran diberbagai tempat atau event-event tertentu untuk masyarakat mengetahui biro perjalanan travel haji dan umroh PT. Arminareka Perdana.⁴

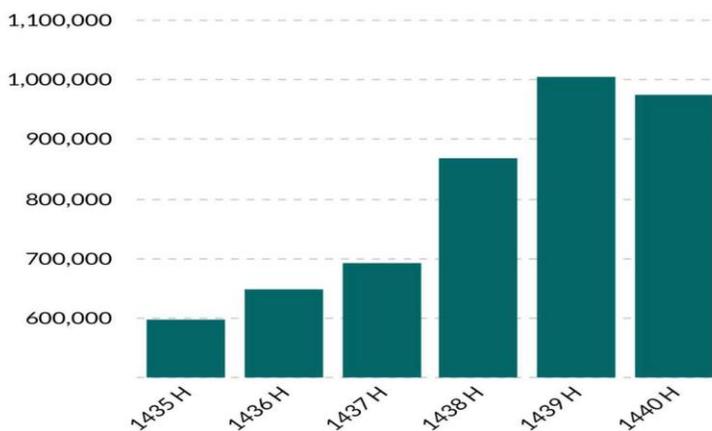
Menurut Asosiasi Muslim Penyelenggaraan Haji dan Umroh Republik Indonesia (AMPHURI), mencatat jamaah umroh tahun 1440H atau 2018-2019 sebanyak 974.650. jumlah

⁴ Aries, *Wawancara*, PT.Arminareka Perdana Cabang Serang.

ini menurun sebesar 3,10% dibandingkan pada tahun 1439H yang mencapai 1juta orang.

Jumlah jamaah umroh mengalami peningkatan sejak 5 tahun terakhir. Baru-baru ini pemerintah Arab Saudi mengeluarkan kebijakan untuk menanggukhan visa umroh. Hal ini untuk mencegah tersebarnya virus berbahaya Covid-19 dari negara yang terinteksi. Jumlah visa yang dikeluarkan otoritas kerajaan Arab Saudi pada priode 31 Agustus 2019 sampai 20 Desember 2019 yakni, 2.371.441 visa. Indonesia dalam hal ini menempati kedua tertinggi dengan jumlah 443.879 visa.⁵

Jemaah umrah Indonesia, 1435 H-1440 H



⁵ AMPHURI, lokadata.beritagar.id

Menghadapi persaingan biro perjalanan haji dan umroh, pihak PT. Arminareka Perdana menerapkan konsep strategi pemasaran yang benar-benar memahami tentang pemasaran dan manajemen yang kuat untuk dapat memudahkan persaingan dalam meningkatkan target penjualan yang dilakukan. Penerapan strategi pemasaran menjadi kunci penting suatu keberhasilan dari sebuah perusahaan dalam meningkatkan target penjualan produk travel untuk menarik daya tarik masyarakat.

Strategi pemasaran menjadi solusi sebagai alat untuk dapat menarik calon konsumen agar calon konsumen tersebut berminat menggunakan produk yang ditawarkan, akan tetapi dalam menawarkan jasa bukanlah hal yang cukup mudah, karena bisnis yang bergerak dibidang jasa seperti jasa pariwisata dibidang biro perjalanan, konsumen dapat merasakan jasa tersebut setelah memakai produk jasa yang telah ditawarkan.⁶ Oleh karena itu, strategi yang ditetapkan pada bisnis jasa berbeda dengan strategi yang ditetapkan dalam pemasaran barang.

⁶ Kotler (dalam Lupiyoadi, 2013:7)

PT. Arminareka Perdana adalah Perusahaan Jasa **Travel Paket Umroh dan Haji Plus** dengan jam terbang lebih dari 30 tahun sejak **9 Februari 1990**. Resmi terdaftar di AMPHURI dan Kementerian Agama RI. Penghargaan dan prestasi yang didapatkan, Rekor MURI 2017 Peserta Muhasabah Terbanyak dan Perusahaan Terbesar No.1 di Indonesia yang memberangkatkan Jamaah Terbanyak Umroh dan Haji Plus sejak tahun 2009 s.d. 2019 sesuai data *Net Sales Garuda Indonesia Airlines*.⁷ Sejak berdirinya PT. Arminareka Perdana dalam memasarkan jasa perjalanan ibadah umroh dan haji plus dalam waktu lebih dari 30 tahun, sudah berhasil memberangkatkan sekitar 30.000 jamaah lebih, baik jamaah umroh atau haji Plus. sebagai salah satu biro perjalanan ibadah haji berusaha memberikan yang terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah haji plus kepada jamaah. Dengan pengalaman yang sudah lebih dari 30 tahun, tentunya legalitas dan eksistensi PT Arminareka Perdana sebagai penyelenggara perjalanan ibadah haji plus sudah tidak diragukan lagi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Refli Anatasya dengan berjudul "*Strategi Pemasaran Tour dan Travel Haji*

⁷ Arminarekaperdana.com

dan Umroh Dalam Menarik Minat Calon Jama'ah Pada PT. Al-Mutazam Bandar Lampung” menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Al-Multazam dalam menarik minat calon jama'ah adalah dalam konteks strategi yang digunakan sudah berfungsi dengan baik, dan pemasaran yang digunakan dengan bauran pemasaran syariah yang terdiri dari strategi produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi, Strategi Promosi, manusia, Proses, bentuk fisik, janji dan sabar. Namun dalam konteks peningkatan jama'ah dilihat dari 3 tahun terakhir yaitu dari tahun 2017-2019 menurut penulis belum berhasil , alasannya karena melihat data yang ada bahwa rekapulasi data selama 3 tahun terakhir mengalami naik turun.

Dari latar belakang diatas tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian diperusahaan PT. Arminareka Perdana. Maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menjelaskan dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN DALAM PENCAPAIAN TARGET PENJUALAN PRODUK PADA TRAVEL (PT. Arminareka Perdana Cabang Serang)”**.

B. Fokus Penelitian

Agar dalam pembahasan penelitian ini tidak meluas sesuai dengan judul skripsi, maka penulis perlu membatasi mengenai masalah yang akan dibahas yaitu Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Penjualan Produk Pada Travel PT. Arminareka Perdana

C. Rumusan Masalah

Perumusan diperlukan untuk memberikan gambaran tentang permasalahan yang hendak di teliti dan ditemukan pemecahannya, sehingga nanti akan menghasilkan dengan sesuai apa yang diinginkan dalam penyusunan hasil penelitiannya.

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk mencapai target penjualan yang dilakukan di PT. Arminareka Perdana Cabang Serang?
2. Bagaimana biro perjalanan Arminareka Perdana?
3. Bagaimana target penjualan yang dilakukan oleh travel PT. Arminareka Perdana pada tahun 2018-2020?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun maka dapat dirumuskan tujuan dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja strategi yang telah diterapkan
2. Untuk mengetahui bagaimana hasil strategi tersebut dalam pemasarannya sehingga mencapai target yang ditentukan
3. Untuk mencapai tujuan target penjualan berupa omset penjualan yang optimal dan menguntungkan

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk dapat menambah pengetahuan dan memberikan masukan terkait dengan strategi pemasaran dan target penjualan produk tiket haji dan umroh pada PT. Arminareka Perdana.

2. Bagi peneliti

Memberikan manfaat untuk mengimplementasikan ilmu tentang strategi pemasaran dan target penjualan produk pada travel ini, serta dapat membandingkan antara teori dengan praktek dilapangan.

3. Bagi masyarakat

Semoga peneliti ini menjadi bahan evaluasi bagi bisnis islami baik dalam lembaga maupun perusahaan dalam memasarkan produknya yang dihasilkan berupa barang atau jasa yang dihasilkan kepada konsumen atau menjadi motivasi bagi kita semua untuk selalu aktif dalam mengambil keputusan yang benar.

F. Penelitian Terdahulu yang Releven

Penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini, antara lain :

Tabel
Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Peneliti
1.	Refli Anatas, dan Ricco Andrea s 2020.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,observasi,dan dokumentasi.	Perbedaan dalam penelitian ini dilakukan di PT. Al-Mutazam dengan 3 tahun terakhir pada tahun 2017-2019.	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan di PT. Al-Mutazam ini dapat menarik minat calon jamaah dan sudah berfungsi dengan baik startegi yang dilakukan PT. Al-Mutazam ini.
2	Abdul Rozi,	Penelitian ini menggunakan	Perbedaan dalam	Dari hasil penelitian ini

	dan Pudjo Suharso 2014.	penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,obs ervasi,dan dokumentasi.	penelitian ini dilakukan di CV. Krisna Tour dan Travel.	menunjukkan bahwa CV. Krisna Tour dan Travel merupakan perusahaan pengikut pasar yang dengan menggunakan sistem startegi immitation dikabupaten jember.
3	Ajeng Tania, dan Zelfidia nita 2015.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,obs	Perbedaan dalam penelitian ini berbeda kasus nya , yaitu analisis pelayanan untuk mencapai target	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Arminareka Perdana mampu telah memberangka tkan jamaah haji dan umroh dan

		ervasi,dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Arminareka Perdana.	penjualan haji dan umroh serta faktor pendukung dan penghambat pelayanan ibadah haji dan umroh di travel PT. Arminareka Perdana.	berhasil mempercayakan travel PT. Arminareka Perdana ini kepada masyarakat sebagai penyelenggaraan haji dan umroh terbaik.
4	Dicki Zulfikar, 2019.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,obs	Perbedaan dalam penelitian ini berbeda yaitu hanya strategi pemasaran dalam peningkatan jumlah jamaah	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Arminareka Perdana Selemba Jakarta Pusat dalam merancang strategi

		ervasi,dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Arminareka Perdana Selemba Jakarta Pusat.	umroh di PT. Arminareka Perdana.	pemasaran yang dilakukan di travelnya sangatlah efektif dan efisien untuk mendapatkan peningkatan jumlah jamaah umrohnya.
5	Hilmi Ichwa Salam, dan Mukha mad Zulianto, 2019.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,observasi,dan	Perbedaan dalam penelitian ini dilakukan di PT. Nuansa Wisata Prima Nusantara Tour&Travel Jember.	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan jasa PT. Nuansa Wisata Prima Nusantara Tour&Travel Jember dengan

		dokumentasi.		menggunakan strategi pemasaran terkait bauran pemasaran dengan menggunakan 4P,SDM, bukti fisik, dan prosesn menjalankan usaha jasanya.
6	Andi Charma ya, dan Mugni, 2017.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,observasi,dan	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana perekrutan calon jamaah haji plus yang ada di	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan dalam menarik calon jamaahnya haji adalah dengan menerapkan

		dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Arminareka Perdana.	PT.Arminar eka Perdana.	sistem strategi differensiasi yaitu melalui program sousi.
7	Aris Pratama, dan Suhermin,2017 .	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,observasi,dan dokumentasi.	Perbedaan dalam penelitian ini ditempatkan travel PT. Roda Express Sukses Mandiri.	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Roda Express Sukses Mandiri dalam meningkatkan jumlah konsumennya menggunakan strategi pemasaran yang ditekankan pada persaingan harga ,jenis

				produk dan sistem pelayanan yang dilakukan.
8	Ajowan da Anita, Rahima Zakia, dan Azizah Fitrah 2020.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dalam bentuk deskriptif Teknik pengumpulan data yang dilakukan Wawancara,observasi,dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di PT. Arminareka Perdana Cabang Padang.	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu dengan mengetahui jumlah pemberangkatan jamaah di lima tahun terakhir 2015-2019.	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Arminareka Perdana Cabang Padang ini dengan menggunakan strategi periklanan melalui media cetak dan media sosial. Serta melakukan sosialisai langsung

				kepada masyarakat untuk mengetahui produk di Arminareka dan mengetahui tentang travel haji plus dan umroh di Arminareka Perdana.
--	--	--	--	--

G. Karangka Pemikiran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam suatu perusahaan. Dengan kata lain startegi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkat dan acuan serta alokasinya terutama sebagai

tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan juga untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga proses kegiatan menjual, yaitu dari penetapan harga jual sampai menarik perhatian konsumen. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembeli, untuk terjadinya transaksi. Dalam kegiatan pemasaran yang sangat kompleks dan saling berkaitan yang satu dengan yang lainnya, seperti promosi dan penjualan hendaknya dikelola dengan baik untuk mencapai tujuan perusahaan, promosi berfungsi untuk meningkatkan volume penjualan juga sebagai strategi untuk menjangkau pembeli. Perusahaan yang ingin mempercepat proses peningkatan volume penjualan akan melakukan untuk mengadakan kegiatan promosi seperti iklan, personal selling, dan publisitas.

Target penjualan adalah unit atau value dari produk atau jasa yang harus dijual oleh timm dalam perusahaan yang telah

ditentukan. Dengan terget penjualan yang jelas maka tim penjualan akan bisa berkembang dengan baik, artinya upaya untuk mencapai target tersebut lebih realistis. Penting bagi tim penjualan suatu perusahaan untuk mengetahui angka penjualan yang menjadi target perusahaan dan jumlah penjualan yang berhasil dicapai pada tahun bisnis berjalan. Memperhatikan jarak kesenjangan (gap) antara target dan pencapaian merupakan analisis awal untuk membuat kegiatan promosi penjualan yang efektif karena minimal tim penjualan sudah mengetahui berapa target penjualan yang telah dihasilkan dari menjalankan kegiatan promosi penjualan tersebut. Ada banyak target penjualan yang masing-masing memiliki tujuan yang berbeda dari strategi untuk mencapai target utama. Fungsi untuk target penjualan selain untuk sebagai bentuk real dari sasaran kinerja atau sasaran strategis yaitu :

- Sebagai sarana untuk mengukur kinerja perusahaan oleh tim dan perusahaan dalam pencapaian taerget penjualannya.

- Target penjualan berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan karir dan tentunya untuk meningkatkan pendapatan.

H. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data guna untuk mendapatkan jawaban atas pokok permasalahan, sehingga data yang diperoleh dari penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi. Hal ini disebabkan, oleh karena itu penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologi, dan konsisten. Melalui penelitian tersebut diadakan analisa dan konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.

1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah penelitian yang temuan-temuannya diperoleh tidak melalui prosedur statistic atau bentuk

hitungan lainnya. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang permasalahan-permasalahan manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian dari permukaan dari suatu realitas sebagaimana yang dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Hal ini merujuk pada pendapat bogdan dan taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan.⁸

2) Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan khusus. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Data yang diteliti oleh peneliti diperoleh dari hasil wawancara. Jadi metode penulisan ini digunakan untuk mendapatkan informasi dan data-data tentang

⁸ Lexi J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya,2010), h.3

langkah mengenai strategi pemasaran dalam pencapaian target penjualan produk travel PT. Arminareka Perdana yang menjadi subjek penelitian ini adalah pemimpin PT. Arminareka Perdana.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia, data ini diperoleh dari hasil survey yang belum dilakukan, yang analisis lanjutan dapat menghasilkan sesuatu yang sangat berguna, juga dapat berupa studi perbandingan dari studi-studi yang telah dilakukan. Data sekundera adalah data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang luar diluar dari penyelidik sendiri. Dalam penelitian ini penulis lebih mengarahkan pada data-data pendukung dan data-data tambahan dalam hak ini berupa data dari arsip, buku-buku, dokumentasi dan semua informasi serta dokumennya.

3) Teknik Pengumpulan Data

a. Interview (wawancara)

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan-tujuan tertentu. Metode interview atau wawancara adalah peneliti dalam hal ini berkedudukan sebagai interviewer, mengajukan pertanyaan, menilai jawaban, meminta penjelasan, mencatat dan menggali pertanyaan lebih dalam lagi. Dipihak lain, sebagai sumber informasi atau menjawab pertanyaan dan juga memberikan penjelasan.

Metode ini dapat digunakan untuk mendapatkan dan menggali data sesuatu tentang yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam pencapaian target penjualan pada travel PT.Arminareka Perdana. Dalam metode wawancara ini penulis menggunakan metode

wawancara terstruktur yaitu teknik pengumpulan data dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Disamping itu sebagai bentuk pertanyaan yang digunakan wawancara terbuka yaitu wawancara yang dilakukan peneliti dengan mengajukan pertanyaan yang tidak dibatasi jawabannya sehingga narasumber kebebasan untuk menjawabnya, data yang diperoleh peneliti dengan cara mengajukan secara langsung diperusahaan trevel PT. Arminareka Perdana.

b. Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi adalah mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban dan mencari bukti. Observasi atau pengamatan didefinisikan sebagai perhatian yang berfokus terhadap kejadian, gejala, dari objek yang diteliti. Observasi adalah perhatian yang berfokus pada gejala atau sesuatu yang dimaksud dengan manafsirkan, mengungkapkan faktor penyebabnya. Metode observasi ini digunakan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh trveel PT. Arminareka Perdana dan bagaimana target penjualan pada taevel ini sehingga dapat menarik minat calon yang ingin melakukan tour dan travel atau haji dan umroh pada travel PT. Arminareka Perdana. Data yang diinginkan melalui metode ini berupa pengamatan langsung terhadap aktivitas pimpinan serta karyawan yang ada di PT. Arminareka Perdana.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan transkrip, buku agenda, dan lain sebagainya. Peneliti menggunakan metode ini untuk memperoleh informasi-informasi dari dokumen atau arsip, serta visi dan misi, dan lain sebagainya di perusahaan travel PT. Arminareka Perdana.

4) Metode Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai narasumber. Yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar dan lain sebagainya. Metode analisis data yaitu sebuah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganissikan data dan memilih data menjadi satuan yang dapat dikelola. Penggunaan metode ini memfokuskan pada penulis adanya usaha untuk menganalisis seluruh data sebagai satu kesatuan dan tidak dianalisa secara terpisah. Teknik analisa data yang

penulis lakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bersifat deduktif, yaitu menyajikan data yang bersifat deduktif, yaitu menyajikan data yang bersifat fakta-fakta yang bersifat umum. Analisis tersebut penulis menggunakan untuk mengkaji secara mendalam tentang strategi pemasaran dalam pencapaian target penjualan travel PT. Arminareka Perdana yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai isi penelitian ini maka pembahasan dalam deskripsi ini dibagi menjadi V BAB. Uraian sistematika pembahasan yang terkandung dalam masing-masing BAB disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metode pemikiran dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan menguraikan tentang landasan teori, hubungan variabel independen, terhadap variable dependen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini merupakan gambaran umum perusahaan, profil perusahaan, tentang travel PT. Arminareka Perdana.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan, membahas tentang bagaimana cara strategi pemasaran dalam pencapaian target penjualan produk trevel pada PT. Arminareka Perdana.

BAB V : PENUTUP

Penutupan pada bab ini adalah berisi tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisi jawaban ringkasan, sedangkan saran berisi anjuran yang ditunjukkan kepada pengambilan kebijakan, penggunaan hasil penelitian maupun penelitian yang akan melakukan penelitian lanjutan.